

■ 网民谈股

二次探底 错杀蔓延谨慎割肉

二次确认的危与机 周四大盘对60日线 and 周二的低点进行二次确认，只是没有想到确认来得那么快，那么猛烈，仅仅反弹两个交易日后，市场就再度出现急速调整，不少个股更是猝不及防的跌停。指数再度跳水，令短期操作愈发难以把握。对于短线操作不是特别擅长的投资者来说，建议等市场二次确认后再进场也不迟。而对于暂时被套的投资者来说，不要着急进行操作。此外，市场大跌也让看空者再度悲观，也直接导致不少投资者割肉离场，但对于另一部分投资者来说，这正是机会。 **彬哥看盘** <http://blog.cs.com.cn/a/01010007F58100E6BB0DFD7E.html>）

错杀现象正在蔓延 大盘大跌令市场再度“很受伤”。目前最关键的要素还是资金，市场量能萎缩，导致反弹过程中很容易遭遇跳水，而一旦跳水就会导致资金更为谨慎，从而形成恶性循环。“黑周四”更是直接侵入到周二反弹的下影线中，导致很多个股周线由红翻绿，这会导致市场情绪更为恐慌。总体来看，本次调整周期将从周线扩大到月线，时间也会延长，但局部错杀现象突出，暗示行情进入时间换空间阶段。

从管理层角度来看，近期管理层重点打击非法配资，如果市场出现急速反弹，对于非法配资的打击力度很有可能会被削弱。如果短线出现比较急速的赚钱效应，那么不合规资金重新入市的可能性又会提升，所以短期市场是一个慢修复过程，这样虽走势上并不是太强，局部也有调整，但从中长期角度来看，能更好地夯实基础，避免急涨急跌情况出现。与此同时，其他资金在蠢蠢欲动，如趁A股再度大跌之际，海外资金加速进场，再次通过沪股通抄底A股，其中23日沪股通单日使用量70.66亿元，成为历史第三高；而沪股通在6月19日及6月23日连续两个交易日中累计净流入148.7亿元，24日又接近100亿元，合计超过240亿元。

此后，在估值修复需要和板块轮动惯性之下，低估值板块有望迎来更多青睐。相反，创业板连续跳水，意味着高价股和泡沫化个股将持续调整，尤其是中报马上来临，市场在下跌时会更为注重业绩或重组要素。因此，对于大涨股还是应该考虑减仓规避，对于前期涨幅不大，近期跟随指数调整的品种，则有错杀意味，不宜割肉，可考虑 坚 守 观 望。（玉 名 <http://blog.cs.com.cn/a/01010001113300E6BB0A8DF8.html>）

市场短线仍有“余震” 连续反弹遇到黑色星期四、星期五，多头似乎又作鸟兽散，让后市又变得极为敏感。整体来看，A股调整从来就是一块试金石，检验的就是金子纯度。下半年银行、证券、钢铁、电力、煤炭、有色板块有望迎来新一轮行情。但就短线而言，上证指数调整极限在90天线-120天线之间。

经过本周二和周三连续两个交易日的反弹走势，投资者本来以为市场已转暖，没想到周四、周五的走势又给市场当头一棒。继周四A股跌破4700点、4600点、4500点等三大重要的整数关口后，周五更是再次跌破4400点、4300点、4200点。但并不是所有的个股都会与大盘同步，一些个股会先于大盘进行调整，有些个股的调整会落后于大盘，且前期涨幅不同、市值不同、价格不同的个股调整的幅度也会有所不同。从当前情况来看，很多个股的调整并没有结束，行情已不像牛市刚开始那样随便选股都能获得超额收益。对于此前被套的投资者来说，当前也不是最佳出局机会，没有只涨不跌的股市，也没有只跌不涨的股市。

近期国企改革政策密集出台，发改委、深改组相继发布相关文件，投资国企改革指数的分级基金得到数百亿元资金流入。机构研报看好处于竞争性行业、具有一定改革经验、资产证券化率偏低的“大集团小公司”。因此，作为本轮黄金坑的第一主流热点，未来值得期待。 **沙漠雄鹰** <http://blog.cs.com.cn/a/0101000109E400E6BB04E9D2.html>）

以上博文由中证网博客版主倪伟提供
 本栏文章均源自博客，内容不代表本报观点。如有稿费及涉文事宜，请与本版编辑联系。

微博关键词

互联网+

@林耘: 近期市场经历巨幅调整，不少公司股价出现回调，某种意义上给我们提供一个较好的入场机会，短期调整并不意味着牛市结束。本周，国务院部署推进“互联网+”行动，从互联网改变整个产业生态系统、社会结构及消费者行为习惯等方面来看，互联网相关行业仍有较大成长空间。

@正阳: 尽管互联网依然是最主要的投资主线，传统产业触网会带来价值重估的机会，移动互联网将迎来爆发性增长。但被高捧的“互联网+”并不能支撑迅速下滑的经济，从概念炒作到落实实质，还有漫长的路要走。

@罗家书: 一些“互联网+”公司只有概念没有实际竞争力，甚至以炒作股价为主要目的，大部分公司将在未来竞争中失败甚至被淘汰。部分公司的主要股东集中减持陆续出现，买卖双方对价格预期差异大导致中长期再融资撮合困难，类似没有核心竞争力的公司要坚决回避。

国企改革

@股市老张: 源于改革所带来的红利，目前国有企业正在推进混合所有制改革，优质资产不断注入其中，使得国企改革提速；而通过上市公司间的并购重组、跨界转型，传统行业正逐步转型为新兴行业，整体产业结构正通过资本形式向美股靠拢。因此，有理由相信A股能走出类似于美股的长牛行情。

@徐胖子: 如同“互联网+”是炒作小盘股的最佳理由，国企改革也是炒作中盘股的最佳借口。其实很多标的和“神车”并没有本质上的区别。虽其中有些公司基本面还算不错，但估值到4倍市净率，恐怕神仙也救不了。更何况很多标的后边还拖着个打对折，甚至是打三折的H股。

银行股

@零零漆: 相比于央行降准，存贷比限制的解除对银行业绩提升影响不大。现在存贷比解除会有几个问题：一是经济不景气，贷款往哪投；二是银行存款一年比一年少，本钱怎么办；三是贷款放多坏账会增加，这将加大投资风险。

@回头箭: 目前，银行板块已进入利好密集兑现期。继6月银行混改试点落地，本周存贷比红线取消之后，下半年还有券商及金控牌照、高估值业务分拆、商业银行法修改细则、不良资产加速剥离等一系列催化剂。现在来看，持有银行股比持有其他股票安心。（田鸿伟 整理）

■ 时尚消费

生鲜电商需精细化发展

消费者期待 眼前一亮”

□ 本报记者 徐金忠

“下午四点半下单‘买菜’，五点钟下班，半小时下班到家，这时订的菜和水果也送到家里了，正好洗菜做饭。”这是家住上海的吴小姐近期在一个生鲜电商平台上的“买菜”体验。

生鲜电商发展至今，已是各种模式层出不穷，甚至让消费者产生“审美疲劳”。“看着模式差不多，配送服务、商品情况等差别不大，并没有说一定用哪个电商平台，哪家有优惠活动就用哪一家。”吴小姐这样介绍自己在生鲜电商平台上的购物过程。这其实反映生鲜电商在行业大发展、企业纷纷涌入情况下的困局。时至今日，众多生鲜电商仍在相同模式下争夺，消费者正在期待眼前一亮的生鲜电商模式，真正意义上整合并精细化开拓这一蓝海市场。

网上买菜很流行

吴小姐选择在电商平台买菜，是出于有效利用时间的考虑。在外企工作的她，每天工作较忙，平时很难抽出时间去菜市场买菜，而蔬菜瓜果等又不能提前购买囤货，如果每天等下班之后去买菜，那么菜市场和超市中的菜已不新鲜。城市生鲜电商的出现可以很好地解决这个问题。另外，现在很多生鲜电商在很多城市提出“一小时送上门”等服务，让消费者有充足时间确定自己何时下单购买，也为消费者更改送货时间等提供便利。

吴小姐此次购买的是当天晚上的食材及水果。除食材中蔬菜的新鲜度差一点之外，她对这次消费基本满意。据悉，在吴小姐办公室中，有很多人已选择生鲜电商的购物模式，为自己购买水果、蔬菜等，她们在多个生鲜电商平台中进行货物、服务及优惠方面的比较，在各个平台上寻找最好产品和服务及最优的让利。“平时习惯在电商平台上购物，食材、水果等都在电商平台上购买。而且在电商平台上购买还算是比较物美价廉。虽然这

■ 流行

轻珠宝让珠宝消费更“亲民”

□ 本报记者 张玉洁

Cartier的猎豹指环、Chanel的彗星项链等经典珠宝的高贵形象已深入人心。那些呈现在大片或杂志中，高贵而精美的珠宝往往属于高级珠宝系列，天文数字的价格和稀少的数量令人望而却步。近年来，碧玺、坦桑石、尖晶石等半宝石为原材料的轻珠宝消费正越来越被消费者接受。

半宝石价格更亲民

一提起珠宝消费，消费者眼前闪现的多是钻石、翡翠、红蓝宝石、祖母绿等高档首饰材料，高额的价 格使不少消费者望而却步。不过，女士们徘徊的脚步却不会停歇。其实除前述珍稀材料，还有一类被称为半宝石如沙佛莱石、碧玺、坦桑石、

■ “悦读改变人生”

人人都可发行货币？

□ 赵艳红

人类很长一段时间以来都在创设新的货币，并且创设新货币的动机一直没有发生太大变化，变化最大的是管理支付方式的科技手段。发展到今天，任何人都可以创建一家中央银行。”著名经济学家爱德华·卡斯特罗诺瓦在其《货币革命》一书中如是言。在他看来，美元与游戏金币之间并没有重大差异，货币价值永远取决于人们的观念，观念本身就不是一件真实的东西。所以作者认为，社交媒体与网络游戏中使用方式的科技手段，它们很快就会变成全球经济中极为重要的组成部分。

卡斯特罗诺瓦现为美国印第安纳大学教授，因对虚拟世界经济研究而闻名。他认为，虚拟货币如今已渗透到世界的每个角落。从《暗黑破坏神3》中的金币、Facebook积分到飞行常客里程数，都是虚拟货币的



漫画/赵天奇

些东西配送成本高，但电商减少其中的流通环节，相应产品的价格应该要相对低一点。”吴小姐认为。

有统计数据显示，目前国内生鲜电商已达4000家，支撑4000家生鲜电商的背后巨大的消费市场。《2014-2015年中国农产品电子商务发展报告》显示，2014年，我国涉农电子商务飞速发展，各类涉农电商达3.1万家。2013年全国生鲜电商交易规模达130亿元，同比增长221%。申银万国数据显示，预计今明两年生鲜电商交易规模有7倍空间，带动冷链宅配市场6倍成长空间。据估算，2015年至2016年生鲜电商增速分别为100%及75%，对应年销售额521亿元及911亿元。生鲜电商被称为电商领域的新蓝海。同时，当前，国家政策层面对生鲜电商领域的扶持动作不少，今年中央一号文件再次锁定“三农”问题，生鲜市场在政策方面依然存在利好。此外，“互联网+”等东风也频频吹向生鲜电商领域，行业乘风而上趋势明显。

生鲜电商诱人市场

除生鲜电商巨量市场以外，行

业的高利润使得生鲜电商成为炙手可热的“香饽饽”。据悉，生鲜电商的综合毛利率可达30%-40%，其中海鲜产品更是暴利，毛利达50%以上，而普通水果和冻肉则分别有20%和20%-30%。这样的高利润加上行业的特殊性，即生鲜的重复购买率相当高，一旦行业中形成巨头，其发展潜力可想而知。

但目前生鲜电商行业的实际情况是，在这样一个诱人的市场中，并没有形成可以垄断或部分垄断的寡头，仍是群雄逐鹿的竞争状态。梳理公开资料发现，目前天猫、京东、亚马逊中国等电商巨头都已在深耕。另外，华润万家、光明集团、苏宁超市等传统零售企业也开始推出自己的生鲜电商平台。

其中，天猫生鲜已在市场中发力多时，天猫生鲜平台涵盖全球70多个国家，商品数量超10万个，商品大类包括优质水果、水产、肉禽等。京东则在今年的战略中突出生鲜电商的地位。近期，京东生鲜电商渠道通过经营荔枝、小龙虾等生鲜产品吸引消费者眼球。今年5月，亚马逊中国宣布其“生鲜馆”正式

石品位一般。离我国较近的缅甸的红宝石矿藏近年来资源日益匮乏，这导致公开渠道上成色较好的红宝石价格非常昂贵。而红色碧玺、尖晶石和石榴石等颜色与红宝石较为接近，而价格仅为其十分之一。从个人佩戴角度来看，完全可以用这类半宝石来代替红宝石。此外，一些坦桑石接近蓝宝石质感的；橄榄石、绿色碧玺，与祖母绿也有接近之处。

而对于商家来说，珠宝行业原材料成本高、库存占用资金较大，半宝石饰品出货速度要比红蓝宝石等彩色宝石饰品要快很多，占用的进货资金较小。因此，商家也加大彩色半宝石饰品的进货量。

热度背后也有泡沫

除价格亲民，半宝石个性化定

上线，将涵盖水果、蔬菜、生肉禽蛋、海鲜水产及蛋糕五大主流生鲜品类，精选共计超过600款产品。据公司副总裁石建军介绍，亚马逊将携手目前在生鲜领域拥有良好口碑、丰富的运营经验及成熟供应链体系和冷链管理的优质合作伙伴，创立亚马逊中国“生鲜馆”。

传统零售企业、超市等则利用其线下优势圈占自己的地盘。传统商超华润万家旗下的电子商务平台“e万家”已上线，提供大量生鲜商品。粮油生鲜供应商上海光明食品集团则上线都市菜园生鲜电商平台。这些传统的零售企业拥有线下网点、消费者人群等明显优势，在生鲜进社区、送上门等方面有着难以比拟的优势。

此外，部分专业生鲜电商近期崛起的势头也非常强劲。以美味七七、本来生活等为例，都在高举自己的生鲜电商模式，各自攻城略地，专业生鲜电商背后的资本潮涌明显。近日，水果生鲜电商天天果园完成由京东领投总金额7000万美元的C轮融资；美味七七在线上不久获得美国风险资本的A轮融资，2014年

制珠宝成为另一个潮流。记者在天津珠宝城发现，前来定制的消费者也不少。一位商户表示，前来定制的客人中，选择的主石除钻石、翡翠这两大主力品类外，选择碧玺、葡萄石、石榴石等彩色半宝石裸石的商户越来越多。半宝石原料价格较低，不少消费者有能力购买大颗粒主石，在此基础上进行个性化定制，镶嵌材料可以选择10k、14K等金含量较低的材料，这使得珠宝整体价格更加亲民。他表示，有一些消费者还是回头客，经常带不同的石头前来定制。在需求驱动下，越来越多商家开始做半宝石相关裸石批发与零售。

受市场需求不断驱动，近年来碧玺等半宝石的价格不断上涨。目前一些净度、品相俱佳的碧玺价格已突破万元大关，一些价格甚至已

5月又获得亚马逊的B轮融资。

消费者期待“眼前一亮”

尽管有着巨量的市场空间，消费者的消费习惯也在逐步培养，但生鲜电商发展至今却是“步履维艰”。根据此前资料，全国众多生鲜电商中鲜有大量盈利，现在的生鲜电商中几乎全部在亏损。这样的生存状况在资本跑马圈地中似乎习以为常，“先烧钱，跟别人拼、跟别人耗，最后有足够钱来烧的、模式又符合市场需求的，自然就成为胜利者，公司背后的金主多是这么想的。”上海某家生鲜电商企业管理层人士称。

在这样的基本格局下，生鲜电商密集推出自己的优惠政策和有些不计成本的优质服务。美味七七、本来生活等优惠活动不断，并在送货服务等方面提出各种创新服务。4月13日起，美味七七在上海外环内推出1小时送达服务，且为鼓励用户试用，一开始所有运费全免。这是吴小姐和她的朋友乐意见到的，“哪家划算去哪家，以后有一到两家做大做强之后，优惠可能就没有那么多了”。

但当下，生鲜电商模式的雷同，让消费者和企业自己都觉得稍显单调。不论是平台类型还是自营类型的生鲜电商，均面临着资源和能力挑战。反映在消费者身上，就是生鲜电商的货源组织能力和质量、货物配送与监督等能力的短板时有出现。“大家做的东西差不多，追求大而全，看似一个平台基本可以解决所有需求，但这做得还不够精细。在独特的产品资源、贴心的配送服务方面，还可以做出一些具有特色的领域”。

另外，用户在多个生鲜电商跳跃，用户黏度不高，看似最大的压力在电商企业自己，但消费者同样有着各式各样的不便之处。用户黏度的培养，在塑造传统优惠活动等的同时，特色厨房美食服务、客户定制生鲜套餐等现实的需求，也是能让消费者“眼前一亮”的地方，并可以切切实实提升消费者的忠诚度。

与红蓝宝石接近。前述业内人士指出，碧玺等半宝石价格大涨除市场需求外，一些商家大肆炒作也成了提价主力。从我国珠宝首饰市场规模可以看出，近几年我国珠宝市场规模增长在15%至30%之间，远高于GDP和人均可支配收入增长，处于高速成长期。因此，我国珠宝市场中对彩色宝石的需求仍将继续增长。红蓝宝石、祖母绿等作为高档宝石，其价值和标准已比较成熟，没有太多炒作余地，而碧玺和石榴石等半宝石还有一部分价格炒作空间。目前这些半宝石价格上涨甚至已冲击到红蓝宝石等彩色宝石价格。因此，消费者在消费半宝石产品时还应保持理性消费观念，尽量选择大颗粒、品相较好的产品。同时，不妨借着红蓝宝石等宝石热度降低之时，入手相关宝石产品。毕竟在国际上，红宝石、蓝宝石、祖母绿、猫眼石及彩色钻石热度，稀缺程度远高于碧玺等彩色半宝石。

这个趋势可能带来的一些变化。”

没有什么明确的界限能阻止虚拟经济体中的行为模式入侵实体经济，并引发实体经济行为的改变。制度变革迟早都要发生，不论其动因来自虚拟还是现实，这个潮流都是不可遏制的。在虚拟经济和不可靠货币蓬勃发展的年代，政府监管该何去何从呢？政府既有需要承担的责任，又将面临着严峻挑战。一方面政府有必须维持货币秩序和货币体系稳定性的职责，另一方面传统的政策将面临着有效性质疑。作者提出这样的解决之道：给予幻想和商业虚拟环境公正但区别化对待”。我们目前需要花大力气设计合理的政策，也就是一种将在线幻想类游戏当作濒危物种保护起来的政策，相信这种政策的出台而获得的成果，能够证明我们付出的一切努力都是值得的。”对待网络游戏，有必要花这么大的工夫吗？笔者深表怀疑，但未来谁又能说得准呢？只能走着瞧吧。

注：《货币革命》，作者为[美] 爱德华·卡斯特罗诺瓦，宋宇翻译，由中信出版社出版